
Н. А. Купина
Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина

КРЕАТИВНАЯ СТИЛИСТИКА И ПРАКТИЧЕСКАЯ ФИЛОЛОГИЯ

Стилистика сегодня представляет собой сложно организованную научную дисциплину, включающую ряд направлений, связанных общностью объекта и дифференциацией исследовательского предмета. Развитие стилистики определяется ее движением от системно-функциональной характеристики языковых единиц к изучению процессов и целостных результатов функционирования языка в определенных сферах его использования. Общие принципы стилистического анализа – системности, функциональности, историзма – получают особое преломление в каждой конкретной отрасли стилистики. Достаточно отметить заметные достижения современной медиастилистики [Лингвистика речи. Медиастилистика 2012], исследующей погруженные в текущую реальность тексты СМИ.

Проблемы речевого творчества, речевой творческой индивидуальности, результаты речевого творчества – предмет креативной стилистики. Если оттолкнуться от введенного представителями русской формальной школы разграничения языка практического, для которого обязательно автоматическое использование языка, и языка поэтического, для которого характерна установка на эстетически значимое творчество, то, вслед за В. П. Григорьевым [Григорьев 1979: 77–78], можно интерпретировать единицу поэтического языка как креатему. Креатемы, в отличие от «автоматизмов», включают преднамеренно отобранные (1), преобразованные (2), изобретенные (3) средства, нацеленные на создание стилистического эффекта и связанного с последним эмоционально-эстетического впечатления. В художественном тексте креатема обладает самостоятельной эстетической ценностью, «независимо от той практической цели, которую... могла бы осуществлять» [Якубинский 1986: 193], однако, реализуясь, например, в рекламных текстах,

креатема усиливает «практическую» (прагматическую) установку рекламодателя, а сама эта установка, скрытая под эмоционально-эстетической маской, становится привлекательнее. Креативная деятельность охватывает не только собственно художественные речевые практики. Об этом свидетельствуют, например, интерпретации «индивидуального речевого стиля ученого» [Котюрова 2011: 38–43], многочисленные опыты лингвопортретирования [Крысин 2001, Седов 2008 и др.]. Исследования антропоцентрического характера обнаруживают креативную составляющую и в обыденной разговорной речи, и в речи политика, и в речи бизнесмена.

Каждый функциональный стиль обладает особыми нормами, регулирующими отбор и комбинацию языковых средств. Запрет на языковое творчество распространяется лишь на отдельные жанры «жестких» стилей. Скорее можно говорить о степени речевой творческой свободы применительно к конкретному тексту с учетом дифференциации «производителя речи и образа автора» [Солганик 2010: 17–31], а также образа адресата. Вот лишь один пример из текста православной проповеди, адресованной родителям детей, проходящих лечение в онкологическом медицинском центре.

Начало проповеди отличается формульностью: *Во имя Отца и Сына и Святаго Духа. Аминь. Сегодня Святая Церковь прославляет **блаженную мати Ксению**, которая взяла на себя самый тяжелый подвиг юродства. Накопление транслируемой эмоциональной энергии ощущается в конце текста: Сейчас **часовенка** блаженной Ксении находится на Смоленском кладбище... К ней идет **неисчислимая тропа народа**. Люди спешат в горестях, страданиях, болезнях. И по вере, по молитве блаженной **Ксеньюшки** Господь подает исцеление и разрешение всех мирских проблем* (о. Александр Журба, Екатеринбург). Существительное *часовенка* с уменьшительно-ласкательным суффиксом, гиперболический эпитет и метонимия (*неисчислимая тропа народа*), а также экспрессивная однородность усиливают стилистический эффект. Креативным центром проповеди становится преобразованное стандартное сочетание: *блаженная Ксения* (ранг святой) – *блаженная Ксеньюшка*. Уменьшительное имя собственное передает целую гамму чувств (страдание, любовь, вера, надежда, готовность

к лишениям ради чудесного исцеления безнадежно больных детей). Вектор креативного отбора диминутивов определен авторским замыслом, ориентирован на целевого адресата. Не соответствующее канонам религиозного стиля «оразговаривание» способствует усилению эмоционально-эстетической воздейственности проповеднического текста, а тенденция к межстилевому взаимодействию, характеризующая развитие религиозной разновидности современной русской речи, открывает перспективу индивидуального речевого творчества священнослужителя.

Обусловленная «горизонтами ожидания адресата» [Гайда 1986: 24] социальная востребованность текстов, отмеченных творческим своеобразием, во многом объясняется перестройкой парадигмы жанров влияния [Купина 2000: 217], дефицитом современных литературно-художественных произведений, эстетическая значимость которых принималась бы безоговорочно широкой читательской аудиторией. Активизировавшиеся в разных сегментах речевой коммуникации – в рекламе, СМИ, политике, массовой литературе – способы креативного использования языковых средств технологизируются. Их обобщение и внедрение осуществляется практической филологией, общие задачи которой связаны с охраной языковой среды, ее чистоты (экология языка), безопасности (юридическая лингвистика, лингвистическая экспертиза), адресной лексикографией, методикой преподавания русского языка, критикой и редактированием текста (практическая стилистика). Разработанные практической стилистикой выверенные процедуры критики и совершенствования речевого произведения [Розенталь 1977] сегодня могут быть дополнены лингвоэстетической и креативной составляющими.

Поскольку креативная речевая способность – неотъемлемый параметр общей языковой компетенции и, соответственно, хорошей речи [Козырев 2009: 20; Хорошая речь 2001], в преподавании русского языка целесообразно использовать систему творческих заданий, формирующих и развивающих креативные речевые умения школьников [Купина 2009] и студентов, прежде всего – будущих филологов и журналистов. Профессиональная оценка текста должна осуществляться с учетом его жанровых и стилистических особенностей, в диа-

пазоне сложившихся норм языка, культуры, коммуникации, в проекции на стилистический узус и творческие находки автора. В современных условиях востребованы креативные филологические умения.

Разработанный автором доклада практикум по креативной стилистике предусматривает выполнение творческих заданий, базирующихся на понимании языка как системы возможностей. Студентам предлагается экспериментально использовать определенную технологию. Например, газетный заголовок может быть сконструирован на основе готового прецедентного высказывания (*Богатые тоже плачут*) и на основе трансформаций, осуществляемых с помощью аффиксальной и/или лексической замены, звукобуквенной замены, расширения левого и правого контекста, соединения отдельных приемов. Варианты, предложенные студентами: *Богатые тоже прачки*, *Богатые тоже платят*, *Богатые тоже платят налоги*, *В России богатые тоже налоги не платят*; *Бедные тоже смеются*; *Богатые и знаменитые тоже плачут*.

Источник материала для творческих упражнений – тексты массовой литературы. Так, в «Энциклопедии лоха» Ксении Собчак более 50 новообразований с корнем *лох*, в том числе единицы, объединенные общим значением «наука о лохе». Вопрос: *Как бы вы назвали такую «науку?»* – Ответы: *лохознание, лоховедение, лохика, лохология, лохологика, лохогенетика, лохопсихология, геолохика*. Предложенные варианты сопоставляются с креативными находками автора опорного текста.

Творческие упражнения могут быть направлены на производство рекламного текста и не утрачивать при этом ортологической определенности. Одно из таких заданий: *В современной телевизионной рекламе используются ненормативные акцентные варианты бáловать, побáловать. Подберите точную рифму, закрепляющую правильное ударение. Сочините рекламный текст*. Один из ответов: *Решил себя побаловáть, / Зайди в кофейню номер пять!*

Практикум включает 3 основных раздела: 1. Принципы креативного отбора, реализации, преобразования языковых средств; 2. Анализ, преобразование, сочинение текстовых фрагментов; 3. Замысел и его воплощение в тексте. Во всех

случаях решение креативных задач предполагает путь от нейтрального к выразительному, от стандартного к индивидуально-авторскому, от предсказуемого к неожиданному, от монолога к диалогизму.

Литература

Гайда Ст. Проблемы жанра // Функциональная стилистика: теория стилей и их языковая организация. – Пермь, 1986. – С. 22–28.

Григорьев В. П. Поэтика слова. – М., 1979.

Козырев В. А., Черняк В. Д. Современная языковая ситуация и речевая культура: лингвистические аспекты гуманитарных технологий. – СПб., 2009.

Котюрова М. П., Тихомирова Л. С., Соловьева Н. В. Идиостилика научной речи. Наши представления о речевой индивидуальности ученого. – Пермь, 2011.

Крысин Л. П. Современный русский интеллигент: попытка речевого портрета // Русский язык в научном освещении. – 2001. – №1. – С. 90–106.

Купина Н. А. Агитационный дискурс: в поисках жанров влияния // Культурно-речевая ситуация в современной России. – Екатеринбург, 2000. – С. 216–233.

Купина Н. А. Азбука сочинительства. – М., 2009.

Лингвистика речи. Медиастилистика. – М., 2012.

Розенталь Д. Э. Практическая стилистика русского языка. – М., 1977 (и др. издания).

Седов К. Ф. Теоретическая модель психолингвоперсонологии // Вопросы психолингвистики. – 2008. – №7. – С. 12–23.

Солганик Г. Я. Основы лингвистики речи. – М., 2010.

Хорошая речь / под ред. М. В. Кормилицыной, О. Б. Сиротининой. – Саратов, 2001.

Якубинский Л. П. Избранные работы. Язык и его функционирование. – М., 1986.